

# Krzysztof Czykier

Uniwersytet w Białymstoku

## **Wspólne cechy i różnice uczestnictwa rodzin wielopokoleniowych wiejskich w kulturze audiowizualnej**

### **Wprowadzenie**

W perspektywie pedagogicznej, życie człowieka kształtuje się na przecięciu różnych wymiarów przestrzeni: fizycznej, społecznej, temporalnej, symbolicznej, psychologicznej, moralnej, transcencji (Przećławska 1998), przestrzeni domu rodzinnego (Izdebska 2006). Coraz większego znaczenia nabiera również przestrzeń informacyjna (medialna) (Izdebska 2004). Codzienna obecność mediów elektronicznych w życiu człowieka, częstotliwość, zakres oraz charakter korzystania z mediów, a także relacje, jakie zachodzą pomiędzy mediami i ich użytkownikami oraz skutki tych relacji, powodują funkcjonowanie człowieka w nowej przestrzeni – przestrzeni medialnej, informacyjnej, która jest swoistym przedłużeniem przestrzeni fizycznej (de Kerkhove 2004). Stwierdzić też należy, że staje się ona dominującą przestrzenią rozwoju człowieka, w którym on żyje, ponieważ nowe media, nowe technologie multimedialne, korzystanie z nich, „przebywanie” w świecie mediów prowadzą do nowej jakości życia (Izdebska 2000).

Wiele opracowań teoretyczno-empirycznych wskazuje na swoistą mediatyzację życia rodzinnego. Mediatyzacja wyraża się w tym, że telewizja i inne elektroniczne media oraz multimedia zdominowały inne sposoby spędzania czasu wolnego, podporządkowały sobie strukturę organizacji dnia w rodzinie, wyznaczając w ten sposób określony („medialny”) charakter wypoczynku rodzinnego” (Izdebska 2000: 27). Nowe media w coraz większym wymia-

rze angażują czas wolny, zarówno dzieci i młodzieży, jak i rodziców oraz dziadków. Operatorzy telewizji kablowej, satelitarnej, platform cyfrowych, rozgłośni radiowych, multimediów oferują odbiorcom bardzo szeroki zakres tematyczny różnych przekazów medialnych i multimedialnych. Badani z trzech generacji wiejskich rodzin wielopokoleniowych codziennie znajdują się w sytuacji wyboru określonych audycji, programów, zróżnicowanych zarówno pod względem poznawczym, artystycznym, jak i wychowawczym.

W świetle podstawowych założeń teorii użytkowania i korzyści publiczność mediów, ich użytkownicy świadomie wykorzystują media dla własnych celów. Media są zatem instrumentem w rękach aktywnych, świadomych swoich dążeń odbiorców, którzy użytkują je w celu zaspokojenia konkretnych potrzeb, czerpiąc stąd określone korzyści. Akcentowany wyżej aspekt świadomości odbiorców sugeruje, że w trudnym obecnie procesie selekcji przekazów medialnych i multimedialnych użytkownicy kierują się osobistymi oczekiwaniami, motywami, zainteresowaniami (Gajda 2005).

W literaturze przedmiotu dotyczącej problemów uczestnictwa w kulturze wiele miejsca poświęca się uczestnictwu w kulturze audiowizualnej różnych grup społecznych oraz wpływowi poszczególnych mediów (przekazów medialnych) na ich odbiorców. Bardzo mało natomiast badań i opracowań dotyczy mediów w rodzinie, a zwłaszcza w rodzinie wiejskiej. Sytuacja taka była głównym motywem wyboru określonej problematyki badawczej. Zauważa się bowiem niedostatek badań ukazujących w sposób kompleksowy problematykę różnych aspektów funkcjonowania mediów elektronicznych w wiejskich rodzinach wielopokoleniowych, zarówno w kontekście korzyści informacyjnych, wychowawczych, kulturowych, jak i w kontekście zagrożeń wynikających z niewłaściwego korzystania z mediów elektronicznych. Sytuacja taka jest inspiracją dla podejmowania badań empirycznych dotyczących uczestnictwa wiejskich rodzin wielopokoleniowych w kulturze audiowizualnej. Jest to o tyle istotne, że przemiany związane z transformacją systemową ograniczyły działalność – lub wręcz całkowicie zlikwidowały – instytucje kulturalno-oświatowe w środowisku wiejskim. Ich miejsce zajmują media (telewizja, radio, komputer, Internet), które są atrakcyjne, powszechne, zaś dostęp do nich jest łatwy i stosunkowo tani. W coraz większym zakresie warunkują one typ relacji międzypokoleniowych oraz formy uczestnictwa w kulturze wiejskich rodzin wielopokoleniowych – głównie uczestnictwo w kulturze audiowizualnej.

## Metodologia badań

Przedmiotem podjętych przeze mnie badań były media elektroniczne (telewizja, radio) oraz multimedia (komputer, Internet) w wiejskich rodzinach wielopokoleniowych. Przedmiot badań dotyczył uczestnictwa trzech generacji tych rodzin (młodej, średniej i starszej) w kulturze audiowizualnej, a jednym z **założonych przeze mnie celów eksploracyjnych badań było** wykrycie i określenie tego, co łączy, oraz tego, co różni poszczególne generacje badanych rodzin, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej (związane z zakresem, częstotliwością, funkcjami jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w ich życiu).

W drodze ankietowych badań pilotażowych, wytypowano 139 rodzin wielopokoleniowych. Zastosowano celowy dobór próby badawczej, w którym uwzględniono następujące kryteria:

- przynależność do rodziny wielopokoleniowej (przynajmniej trzy generacje)
- pokoleniowość; przynależność do pokolenia młodego (dzieci i młodzież), średniego (rodzice), starszego (dziadkowie)
- wyposażenie gospodarstwa domowego w dobra kultury służące recepcji przekazów medialnych oraz multimedialnych.

Pierwszy etap badań właściwych stanowiły badania ankietowe, obejmujące 139 wiejskich rodzin wielopokoleniowych (139 osób z pokolenia dzieci i młodzieży, 139 osób z pokolenia rodziców oraz 139 osób z pokolenia dziadków). Etap drugi obejmował grupę 30 dzieci. Ta część badań związana była z wykorzystaniem techniki analizy treści wytworów działalności dziecka oraz testu niedokończonych zdań. Trzeci etap badań obejmował wywiad środowiskowy skategoryzowany jawny, przeprowadzony w 40 domach rodzinnych dobranych losowo spośród celowo wyselekcjonowanych 139 rodzin. Wywiady przeprowadzone zostały z przedstawicielami trzech generacji rodzin. Czwarty etap badań związany był z wykorzystaniem techniki prowadzenia zapisów w dzienniczku na temat „Korzystanie z mediów elektronicznych w mojej rodzinie”. Ten etap badań objął 20 celowo wytypowanych rodzin i polegał na codziennym (badanie trwało 2 tygodnie) wypełnieniu przygotowanych arkuszy.

W prezentowanym tekście skupiłem się na aktywności kulturalnej badanych związanej z przestrzenią medialną. Zwróciłem szczególną uwagę na wybrane parametry, które współtworzą obraz uczestnictwa badanych generacji wiejskich rodzin wielopokoleniowych w kulturze audiowizualnej. Były to: 1) częstotliwość korzystania z mediów elektronicznych i multimedialnych 2) zakres uczestnictwa w kulturze audiowizualnej oraz 3) funkcje, jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w ich życiu. Analizie poddałem odpowiedzi otrzymane w pierwszym etapie badań tj. w badaniach ankietowych obejmujących 139 wiejskich rodzin wielopokoleniowych (139 osób z pokolenia dzieci i młodzieży, 139 osób z pokolenia rodziców oraz 139 osób z pokolenia dziadków).

Opierając się na literaturze przedmiotu przyjąłem, że **częstotliwość** uczestnictwa w kulturze audiowizualnej definiują takie jej elementy jak (Tyszka 1971: 228): 1) częstość korzystania z poszczególnych mediów elektronicznych przez badane generacje, 2) codzienność bądź odświętność tych kontaktów, 3) ich regularność, 4) ciągłość, 5) intensywność. Przyjąłem ponadto, że **zakres** uczestnictwa w kulturze audiowizualnej trzech generacji rodzin wiejskich wielopokoleniowych wyznaczany jest przez: 1) budżet czasu wolnego, jakim dysponują badane pokolenia, a zwłaszcza jego część przeznaczana na korzystanie z mediów elektronicznych; 2) rodzaj mediów preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 3) porę odbioru (korzystania) z mediów elektronicznych; 4) rodzaj (typ) przekazów medialnych preferowanych przez poszczególne generacje badanych rodzin; 5) tematykę przekazów medialnych, która interesuje badanych; 6) ich zainteresowania medialne; 7) motywy, które decydują o wyborze określonych mediów elektronicznych oraz określonej tematyki przekazów medialnych jako formy uczestnictwa w kulturze audiowizualnej; 8) potrzeby kulturalne deklarowane przez badanych. Przyjmując za podstawę teoretyczną pod-

miotowe ujęcie charakteru relacji człowiek – media, w którym to człowiek ujmowany jest jako indywidualność, podmiot kreatywny, będący nie tylko pasywnym obiektem manipulacji mediów, ale też aktywnym ich twórcą i odbiorcą, szczególną uwagę zwróciłem na trzeci komponent **funkcji**, który wyszczególnił Z. Tyszką (1984) (1 - zadania, 2 - działania, 3 - efekty działania)<sup>1</sup>. Przyjąłem, że wskaźnikami wspomnianych efektów działania mediów są określone korzyści, jakie czerpią odbiorcy poprzez częsty, systematyczny kontakt z mediami. Wśród nich wyróżniłem: 1) zdobywanie nowych informacji, wiadomości, 2) korzystanie z możliwości rozrywki, relaksu, 3) odreagowanie zmęczenia i znużenia, regenerowanie sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej, pracy fizycznej, 4) zdobywanie wzorów do naśladowania, 5) wspólne przebywanie z pozostałymi domownikami, 6) kompensowanie braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz rodzinnego.

## Międzygeneracyjna analiza porównawcza – wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączące badane generacje

Podstawowym elementem łączącym generacje rodzin wiejskich wielopokoleniowych w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej jest wysoka pozycja **telewizji** w przestrzeni życiowej badanych. We wszystkich badanych pokoleniach jest to medium dominujące spośród innych, tj. radia, komputera oraz Internetu. Telewizja wykorzystywana jest w różny sposób, zarówno przez dzieci i młodzież, jak i ich rodziców i dziadków. Podkreślić należy, że odbiór przekazu telewizyjnego stanowi najczęstszy sposób spędzania przez badanych ich czasu wolnego. We wszystkich rodzinach obecny był przynajmniej jeden odbiornik telewizyjny, zaś w przypadku 67,3% dwa lub więcej. Z tego też względu recepcja przekazów medialnych z wykorzystaniem odbiornika telewizyjnego ma charakter odbioru domowego.

Wolnoczasowe czynności badanych związane z używaniem telewizji to czynności regularne, powtarzające się systematycznie, odznaczające się wysoką częstotliwością. Popularność i powszechność telewizji powoduje, że badani korzystają z niej codziennie, poświęcając na odbiór emitowanych przekazów dużą część budżetu swojego czasu wolnego. W dzień powszedni odbiór programów telewizyjnych zajmuje im najczęściej od 2 do 3 i pół godziny, zaś w dni wolne od nauki szkolnej i pracy zawodowej (sobota, niedziela) – powyżej 4 godzin. Wyjątek stanowią badani seniorzy, którzy codziennie poświęcają telewizji ponad 4 godziny<sup>2</sup>. Znaczna część budżetu

<sup>1</sup> Funkcja jest obiektywnym działaniem. Działanie rozumiane jest tutaj jako zespół czynności prowadzących do pewnych zmian. Stwierdzić więc można, że funkcja to działanie danego elementu w układzie, do którego ów element należy, prowadzące do osiągnięcia określonego celu, rezultatu.

<sup>2</sup> Pokolenie dziadków w większość są to ludzie nieaktywni zawodowo oraz społecznie, dysponujący nadmiarem czasu wolnego (powyżej 5 i pół godziny dziennie). Odwołując się do literatury przedmiotu przyjąłem trzystopniową skalę oceniającą budżet czasu wolnego badanych generacji: 1) w normie, 2) niedobór, 3) nadmiar tego czasu. Respondenci, którzy dysponowali czasem wolnym w granicach 4–5 i pół godziny, mieścili się w wymaganej normie czasu wolnego. Niedobór wystąpił wtedy, gdy badani mieli mniej niż 3 godz. czasu wolnego, nadmiar zaś, gdy dysponowali ponad 5 i pół godz. czasu wolnego w ciągu dnia. Kafeteria została opracowana na podstawie: J. Izdebska, *Czynniki różnicujące struktury*

czasu wolnego, jaki badane generacje przeznaczają na korzystanie z telewizji, oraz wysoka częstotliwość odbioru przekazów telewizyjnych, świadczą o wyraźnej preferencji tego medium. We wszystkich pokoleniach odsetek korzystających z telewizji, zarówno w dzień powszedni, w sobotę, jak i w niedzielę, przekracza 90%, zaś wśród seniorów wynosi 98%. Dodać również należy, że w badanych rodzinach telewizja jest to najbardziej lubiane medium spośród dostępnych. Popularność telewizji jest efektem powszechności i dostępności do tego medium. Wybór, jaki oferuje telewizja (ilość stacji telewizyjnych, jakość programów), powoduje, że korzystanie z tego medium, jego obsługa jest łatwa tak dla dziecka, jak i człowieka starszego.

Atrakcyjność i różnorodność treści odbieranych przekazów telewizyjnych powodują, że telewizja zawładnęła przestrzenią czasu badanych generacji. Telewizja jest obecna w życiu dzieci i młodzieży, ich rodziców i dziadków o każdej porze: o poranku, po południu, wieczorem, czasami po godzinie 22.00 oraz w nocy, przy czym zaznaczyć należy, że swoiste apogeum przypada na godziny popołudniowe i wieczorne. Badani oglądają wtedy ulubione programy telewizyjne, tj. wieczorynki, seriale, filmy fabularne, programy rozrywkowe, serwisy informacyjne.

Wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, łączące badane generacje rodzin wiejskich, rozpatrywać należy również w kontekście **funkcji**, jakie pełni telewizja w życiu poszczególnych generacji. Wszyscy badani, korzystając z telewizji, nastawieni są na poszukiwanie i zdobywanie informacji z interesujących ich dziedzin życia, nauki, techniki, kultury, jednakże preferowane przez nich treści są różne w poszczególnych pokoleniach. Tym niemniej zaznaczyć należy, że telewizja stanowi dla nich podstawowe źródło zdobywania nowych informacji oraz poszerzania zasobów intelektualnych. Przekazy telewizyjne pełnią zatem w ich życiu funkcję poznawczo-informacyjną. Analiza otrzymanych danych wykazała, że niektóre uzyskiwane przez dzieci i młodzież, rodziców i dziadków informacje dotyczą tych samych kręgów tematycznych. Są to wiadomości z kraju i ze świata, wiadomości społeczne oraz wiadomości z dziedziny kultury. Telewizja jest również medium, które w największym zakresie sprzyja rozwojowi nowych zainteresowań. Każde pokolenie rozwija je jednak w innych, niezależnych od siebie kierunkach. Dzieci i młodzież rozwijają zainteresowania przyrodnicze, motoryzacyjne, związane z nauką szkolną, rodzice – związane z rolnictwem, zaś dziadkowie dotyczące kwestii społecznych.

Odbierane przez badanych przekazy telewizyjne stanowią dla nich cenne źródło wzorów zachowań, ideałów, obowiązujących norm społeczno-moralnych, obyczajowych. Tak dzieci i młodzież, jak i ich rodzice i dziadkowie uczą się z telewizji szacunku dla innych, określonych postaw wobec ważnych problemów społecznych, poznają życie innych ludzi, uczą się, w jaki sposób pomagać bliźnim.

Wszystkie badane generacje, korzystając z programów telewizyjnych, zaspokajają naturalną potrzebę rozrywki, zabawy, przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw. W opinii badanych pokoleń telewizja stwarza im również możliwość

---

*reę budżetu czasu uczniów klas IV–VIII, Białystok 1990; J. Izdebska, J. Niemiec, J. Nikitorowicz, Z. Wołańska, Struktura budżetu czasu uczniów szkół podstawowych, Białystok 1990; Z. Błażejowski, Funkcja rekreacyjno-towarzyska rodziny w świetle badań empirycznych, „Roczniki Socjologiczne Rodziny”, t. IV, 1992; M. Wawrzak-Chodaczek, Miejsce telewizji w życiu codziennym rodziny, Wrocław 1997.*

odpoczynku, odreagowania zmęczenia i znużenia, regeneracji sił fizycznych i psychicznych zużytych w czasie nauki szkolnej czy pracy.

Otrzymane w trakcie badań dane wskazują również na to, że w badanych rodzinach korzystanie z telewizji stanowi podstawowy czynnik sprzyjający wspólnemu spędzaniu czasu wolnego w rodzinie. Badani (ponad połowa dzieci i młodzieży – 52%, prawie połowa rodziców – 45,5% oraz niektórzy dziadkowie – 36,8%) odczuwają potrzebę wspólnego korzystania z programów telewizyjnych i bycia razem. Telewizja zatem najczęściej gromadzi przed odbiornikiem całą rodzinę, natomiast wspólny wybór i korzystanie z przekazów telewizyjnych w niektórych rodzinach może również wpływać na wzmacnianie więzi wewnątrzrodzinnych. Telewizja pełni zatem funkcję integrującą pokolenia. Świadczy o tym to, że zarówno młodszy, jak i starsi, odbiorcy odczuwają potrzebę wspólnego spędzania czasu przed odbiornikiem telewizyjnym, chęć porozumiewania się między sobą podczas emisji programu, wyrażania swoich uczuć gestem, mimiką, słowami, potrzebę wzajemnego wyjaśniania niezrozumiałych kwestii, dyskusji po obejrzeniu programu. Świadczą o tym wypowiedzi badanych: *Lubię z mamą obejrzeć jakiś film* (dziewczyna, 15 lat), *Oglądamy teleturnieje, filmy, seriale, komedie – lubimy się śmiać* (chłopiec, 10 lat), *Oglądamy razem filmy przyrodnicze, bo dużo się dowiadujemy o zwierzętach* (chłopiec, 14 lat), *Z babcią oglądam programy o zwierzętach, a z dziadkiem o rolnictwie* (chłopiec, 10 lat), *Oglądamy razem bajki, filmy, bo wtedy jest wesoło* (kobieta, 44 lata), *Oglądamy filmy przyrodnicze, bo dużo się z nich dowiadujemy* (kobieta, 34 lata), *Razem z wnukami oglądam film, co ja lubię – Moda na sukces* (kobieta, 71 lat), *Czasami z rodzicami oglądam serial, Wiadomości; lubimy to* (kobieta, 41 lat), *Razem z dziećmi oglądamy wiadomości; interesujemy się tym* (kobieta, 77 lat).

Korzystając z określonych przekazów telewizyjnych, badani mają również szansę kompensacji braków kulturalnych czy edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Przekazy telewizyjne (głównie serwisy informacyjne emitowane w telewizji publicznej) stanowią dla badanych pokoleń główne źródło nowych informacji o istotnych wydarzeniach w Polsce, w Europie i na świecie. Wspólną ich cechą jest to, że dotyczą one zagadnień rolnictwa oraz ogólnej sytuacji społeczno-politycznej. Dodać również należy, że odbierane przez badanych informacje za pośrednictwem telewizji są w ich odczuciu obiektywne, wiarygodne i zrozumiałe, zaś element audiowizualny eksponowany w przekazach telewizyjnych jest ułatwieniem w trudnym procesie dokonywania ocen, wyrażania opinii na temat prezentowanych wydarzeń. Podkreślić należy, że suma spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie użytkownicy uzyskują z telewizji, dotyczące różnych aspektów rzeczywistości, stanowi podstawę kreowania przez nich określonego obrazu świata współczesnego oraz wizji przyszłości.

Wspólnym obszarem uczestnictwa w kulturze audiowizualnej w nieco węższym zakresie w porównaniu z telewizją jest radio. W to medium wyposażona jest znaczna większość (90,1%) badanych gospodarstw domowych. Odbiór audycji radiowych stanowi (podobnie jak przekazy telewizyjne) atrakcyjny sposób spędzania czasu wolnego wśród wszystkich badanych generacji. Zaznaczyć jednak należy, że codzienne słuchanie radia jest udziałem głównie pokolenia dorosłych (rodzice – 67%, dziad-

kowie – 60,6%), nieco rzadziej natomiast generacji młodej (43%). Z tego też względu dzieci i młodzież na odbiór audycji radiowych przeznaczają nie więcej niż 1 i pół godziny dziennie. Natomiast rodzice i dziadkowie na codzienne korzystanie z radia poświęcają od 2 do 3 i pół godziny. Zaznaczyć należy, że osoby używające radia traktują przekazy radiowe jako swego rodzaju „tło” towarzyszące wykonywaniu różnych czynności dnia codziennego: nauki, pracy, przygotowywania posiłków, rodzinnych lub sąsiedzkich dyskusji, odpoczynku. Sporadycznie natomiast korzystają oni z radia z zamiarem wysłuchania konkretnej audycji. Przekazy radiowe stanowią uzupełnienie informacji zdobywanych z programów telewizyjnych.

W świetle zgromadzonych danych stwierdzić należy, że radio jest pierwszym uruchamianym „elektronicznym domownikiem”. Medium to towarzyszy członkom rodziny od wczesnych godzin porannych przy okazji spożywania śniadania, ustalania planu dnia, porządku wykonywanych prac w gospodarstwie. Używane jest również przez badanych po południu i wieczorem, sporadycznie zaś po godzinie 22.00 i w nocy. Odbierane wówczas treści medialne są różne w poszczególnych pokoleniach. Pokolenie młode najczęściej, korzystając z radia, słucha audycji muzycznych, list przebojów, natomiast rodzice i dziadkowie wysłuchują serwisów informacyjnych. Dziadkowie często korzystają z programów o charakterze religijnym, uczestnicząc w transmitowanej mszy lub modląc się.

Dla niektórych badanych (pokolenie młode – 26%, średnie – 38,6%, starsze – 26,1%) radio jest również źródłem nowych informacji, dotyczących głównie wydarzeń społeczno-politycznych z kraju i ze świata (funkcja poznawczo-informacyjna). Tylko dla pojedynczych osób reprezentujących pokolenie młode, średnie i starsze, radio jest źródłem rozwijania lub zdobywania nowych zainteresowań (dzieci i młodzież – 7%, rodzice – 9,9%, dziadkowie – 8%). Korzystający z audycji radiowych rozwijają przede wszystkim zainteresowania muzyczne. Z emitowaną przez to medium muzyką związana jest funkcja rozrywkowa. Muzyka wprowadza odbiorcę w dobry nastrój, dostarcza badanym pozytywnych doznań, przywołuje w pamięci miłe chwile, wspomnienia pozwalające przenieść się w świat wyobraźni, zapomnieć o troskach i problemach codzienności. Odbiór przekazów muzycznych nie wymaga od badanych większej koncentracji uwagi, wysiłku intelektualnego bądź silnych przeżyć emocjonalnych, z tego też względu radio, podobnie jak telewizja (choć w węższym zakresie), dostarcza dzieciom i młodzieży, rodzicom i dziadkom możliwości odpoczynku.

Przekazy radiowe odbierane przez niektórych przedstawicieli badanych pokoleń, stanowią dla nich ważne źródło informacji o wydarzeniach w Polsce, w Europie i na świecie. Zaznaczyć jednak należy, że przekazy audialne traktowane są przez badanych jako uzupełnienie informacji audiowizualnych. Wiarygodność zdobywanych w oparciu o radio informacji wymaga potwierdzenia „obrazem”. Jak pisał Nicholas Mirzoeff *Widzieć znaczy w dzisiejszych czasach o wiele więcej, niż wierzyć* (Jakubowski 2001). Można zatem mówić w tym kontekście o ewangelicznym, „ponowoczesnym” syndromie niewiernego Tomasza – „nie uwierzę, dopóki nie zobaczę”.

W badanych wiejskich rodzinach wielopokoleniowych wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej łączące wszystkie badane generacje dotyczą zatem korzystania z telewizji oraz radia. Zaznaczyć należy, że omówione wyżej obszary wspólne, dotyczą wszystkich trzech badanych generacji: dzieci i młodzieży,

rodziców, dziadków. Przeprowadzone analizy wskazały również, że istnieją wspólne obszary uczestnictwa w kulturze audiowizualnej, dotyczące wybranych generacji: dzieci-rodzice, rodzice-dziadkowie. Otrzymane w trakcie badań dane wskazują na to, że – pomimo wspólnego zamieszkiwania generacji i spędzania ze sobą czasu wolnego – nie posiadają oni jednak wspólnych zainteresowań multimedialnych.

W tym kontekście podział międzygeneracyjny wyraźnie zaznacza się między pokoleniem młodym i starszym. O tym, że wspomniane generacje w większości nie łączą wspólne zainteresowania, świadczą zarówno wypowiedzi wnuków (67,5%), jak i dziadków (72,5%): *Dziadkowie nigdy nie zachęcają mnie do wspólnego korzystania z komputera, ponieważ nie mają świadomości. Traktują to jak ósmy cud świata* (dziewczyna, 15 lat), *Dziadkowie nie wiedzą, co to jest. Nie potrafią nawet włączyć. Nie zbliżają się do komputera* (dziewczyna, 14 lat). W pewnym wymiarze powyższe wypowiedzi świadczą o prefiguratywnym typie kultury obecnym w badanych rodzinach wiejskich wielopokoleniowych.

## Międzygeneracyjna analiza porównawcza – różnice dotyczące uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

Symptomatyczne przemiany ponowoczesności, mające swoje odzwierciedlenie w prefiguratywnym typie kultury, „narzuciły” użytkownikom współczesnych mediów audiowizualne doświadczenie świata. Dotyczy to szczególnie pokolenia młodego, ale również – na co wskazują wyniki przeprowadzonych badań – starszych generacji. Zasadnicza międzypokoleniowa różnica związana jest z używaniem medialnych „tworów” ponowoczesności – komputera i Internetu. W badanym środowisku w komputer wyposażonych było 64,4% gospodarstw domowych, natomiast połączenie z siecią Internetu posiadało 21,8%.

Korzystanie przez badanych w czasie wolnym z **komputera i Internetu** zajmuje pozycje bardziej odległe w porównaniu z telewizją i radiem. Dodać należy, że multimediiów w większości używają dzieci i młodzież oraz ich rodzice (komputer: młodzi  $N = 80$ , rodzice  $N = 28$ ; Internet: młodzi  $N = 44$ , rodzice  $N = 15$ ). W pokoleniu starszym korzysta z nich tylko jeden senior. Liczba użytkowników multimediiów w badanych rodzinach jest efektem opisanego wyżej ciągle ograniczonego dostępu do tych technologii w środowisku wiejskim, ale przede wszystkim wynika z niskich kompetencji medialnych (głównie rodziców i dziadków).

Ze względu na to, iż nie wszystkie badane rodziny posiadały w domu komputer i Internet, charakter korzystania z tych mediów **nie jest związany wyłącznie ze środowiskiem domu rodzinnego**. Dzieci i młodzież używają multimediiów w domu i w szkole, jak i w domach kolegów lub koleżanek. Również rodzice korzystają z komputera i Internetu w domu rodzinnym, czasami u znajomych, w zakładzie pracy bądź w bibliotece publicznej. Stwierdzić zatem należy, że korzystanie przez badanych z multimediiów **nie ma charakteru odbioru wspólnego, międzypokoleniowego**, tak jak to miało miejsce w przypadku telewizji i radia.



Duża liczba dzieci i młodzieży (39%) korzysta z komputera codziennie, nieco rzadziej natomiast z Internetu (20% 1–2 razy w tygodniu). Czas spędzany przez pokolenie młodych przed monitorem komputera w dzień powszedni najczęściej nie przekracza 1 i pół godziny (35%), zaś w dni wolne od nauki w szkole zawiera się w przedziale od 2 do 3 i pół godziny (sobota 31%, niedziela 29%). Większość czasu wypełniają im gry komputerowe, ale często komputer jest wykorzystywany jako pomoc w odrabianiu lekcji. Korzystają wtedy z encyklopedii multimedialnych, płyt CD dołączonych do podręczników. Czas korzystania przez młodych z sieci internetowej najczęściej zawiera się w przedziale czasu do 1 i pół godziny (18%), bądź od 2 do 3 i pół godziny (15%). Podkreślić należy, że młode pokolenie częścię korzysta z Internetu w dzień powszedni, ponieważ mają oni kontakt z tym medium zarówno w domu rodzinnym, w szkole (pracownie komputerowe), jak i w domu u kolegi lub koleżanki. W sobotę oraz niedzielę nieznacznie zwiększa się wymiar czasu przeznaczanego przez młodych na korzystanie z sieci internetowej od 2 do 3 i pół godziny, ale dotyczy to tylko pojedynczych osób.

Badani rodzice, korzystając z multimediiów, używają ich z niską częstotliwością od 1 do 2 razy w tygodniu (najczęściej w niedzielę). Wymiar czasu poświęcany na używanie komputera przez rodziców, w dzień powszedni najczęściej nie przekracza 1 i pół godziny, natomiast nieco więcej czasu spędzają oni przed komputerem w sobotę oraz w niedzielę (dotyczy to jednak pojedynczych osób). Nieduży wymiar budżetu czasu wolnego, jaki rodzice poświęcają na surfowanie w sieci, spowodowany jest brakiem umiejętności posługiwania się tym medium oraz ciągle jeszcze ograniczonym dostępem do Internetu w środowisku wiejskim. Najczęściej pokolenia korzystające z multimediiów (dzieci i młodzież oraz rodzice) używają ich w godzinach popołudniowych i wieczornych.

Między pokoleniowe różnice dotyczące uczestnictwa w kulturze audiowizualnej w rodzinach wiejskich związane są również z **tematyką odbieranych przekazów medialnych i multimedialnych**. Wspomniane różnice rozpatrywać należy nie tylko w odniesieniu do multimediiów, ale również do „mediów tradycyjnych” – telewizji i radia. Pokolenie młode znacznie częściej niż dorośli wybiera programy telewizyjne o tematyce przygodowej, rozrywkowej. Starsze generacje natomiast preferują przekazy informacyjne. Odmienne sytuacja ma miejsce w odniesieniu do radia. W tym przypadku wspólną tematyką odbieranych audycji radiowych dla pokolenia młodego i średniego są audycje muzyczne, natomiast seniorzy preferują treści religijne. Użyte w trakcie badań dane wskazują również na odmienne preferencje tematyczne odbieranych przekazów multimedialnych. W pokoleniu młodych dominują treści o charakterze rozrywkowym, zaś w starszych generacjach – popularno-naukowe i informacyjne. Zróznicowana tematyka odbieranych przez badane generacje przekazów medialnych i multimedialnych jest konsekwencją odmiennych zainteresowań oraz motywów, jakimi kierują się badani w korzystaniu z poszczególnych mediów elektronicznych i multimediiów. Podkreślić należy, że badane dzieci i młodzież, korzystając z poszczególnych mediów elektronicznych, kierują się głównie chęcią uzyskania rozrywki, zaś pokolenie rodziców i dziadków motywem związanym z niezaśpokojoną potrzebą orientacji w obszarze aktualnych wydarzeń w Polsce, w Europie oraz na świecie.

Wracając jednak do korzystania z komputera i Internetu, stwierdzić trzeba, że ze względu na brak zainteresowań multimedialnych wśród dziadków, komputer i Internet pełni **szereg funkcji jedynie w odniesieniu do pokolenia dzieci i młodzieży i ich rodziców**. W celu zdobycia nowych informacji multimedia wykorzystywane są przez niektórych młodych oraz pojedynczych rodziców (komputer: dzieci i młodzież 23%, rodzice 4%; Internet: dzieci i młodzież 27%, rodzice 9,9%). Różny jest jednak zakres tematyczny uzyskiwanych informacji. Pokolenie młode znacznie częściej niż rodzice wykorzystuje nowe media (głównie Internet) w celu wyszukiwania treści związanych z ich zainteresowaniami, tj. dotyczące przyrody, muzyki, filmu, sportu. Rodzice natomiast za pośrednictwem Internetu uzyskują wiadomości na temat ogólnej sytuacji społeczno-politycznej w kraju, w Europie i na świecie oraz informacje dotyczące rolnictwa.

**Tabela 1.** Zróżnicowanie funkcji pełnionych przez multimedia: komputer, Internet, w życiu poszczególnych generacji

Funkcja poznawczo-informacyjna		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Komputer: dzieci i młodzież 23%; rodzice 4% Internet: dzieci i młodzież 27%; rodzice 9,9%		—
Rozbudzanie nowych zainteresowań		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Komputer: dzieci i młodzież 19%; rodzice 8,9% Internet: dzieci i młodzież 25%; rodzice 6,9%		—
Funkcja wzorotwórcza		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Ciekawostki z życia ulubionych aktorów, piosenkarzy, sportowców	Wskazówki do dobrego gospodarzenia	—
Funkcja rozrywkowa		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Komputer: dzieci i młodzież 36%; rodzice 5% Internet: dzieci i młodzież 22%; rodzice 2%		—
Funkcja odpoczynku		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
Komputer: dzieci i młodzież 17%; rodzice 1% Internet: dzieci i młodzież 8%; rodzice 2%		—
Funkcja integrująca		
Pokolenie młode	Pokolenie średnie	Pokolenie starsze
CZĘSTO Młode – Średnie CZASAMI Młode – Starsze	CZĘSTO Średnie – Młode SPORADYCZNIE Średnie – Starsze	CZĘSTO Starsze – Młode SPORADYCZNIE Starsze – Średnie

Źródło: badania własne.

Charakterystyczną cechą uczestnictwa badanych generacji w kulturze audiowizualnej jest to, że **multimedia dla dzieci i młodzieży stanowią ważne źródło rozwijania zainteresowań**. Interesujące jest to, że młodemu pokoleniu komputer i Internet dostarcza inspiracji i możliwości rozwijania zainteresowań znacznie częściej niż radio (radio 7%, komputer 19%, Internet 25%). Dzieci i młodzież w oparciu o komputer i Internet rozbudzają i kształtują swoje zainteresowania z zakresu informatyki, gier komputerowych, zagadnień popularno-naukowych, związanych z edukacją szkolną. Niektórzy tylko rodzice w oparciu o multimedia realizują swoje zainteresowania z zakresu problematyki popularno-naukowej.

Dla bardzo mało licznej grupy badanych dzieci i ich rodziców, multimedia stanowią źródło nowych wzorów do naśladowania. Pojedyncze jedynie dzieci z oglądanych bajek zapisanych na nośniku CD uzyskują wskazówki dotyczące poprawnego zachowania w różnych sytuacjach (6%). Surfując natomiast w sieci (7%), wyszukują oni ciekawostki dotyczące życia ich idoli. Rodzice (2%) z kolei uzyskują informacje, które mogą wykorzystać w prowadzonym gospodarstwie rolnym. Multimedia zatem w badanych rodzinach wiejskich wielopokoleniowych **realizują funkcję wzorotwórczą incydentalnie**, bardzo rzadko i w sposób wybiórczy, co wiąże się z ciągle jeszcze ograniczonym dostępem do komputera i Internetu na wsi, ale również z niskim poziomem kompetencji medialnych, związanych głównie z brakiem umiejętności posługiwania się takim narzędziem, jak komputer oraz Internet oraz motywami korzystania z multimediów, które najczęściej dotyczą rozrywki.

Badane dzieci i młodzież bardzo często traktują korzystanie z multimediów w kategoriach **rozrywki** (komputer 36%, Internet 22%). Młodzi użytkownicy komputera korzystają wtedy z gier komputerowych oraz multimedialnych programów edukacyjnych. W Internecie natomiast odwiedzają popularne witryny internetowe *YouTube*, *Interia*, *Onet* i inne o charakterze rozrywkowym. Należy podkreślić, że Internet jako źródło rozrywki wskazywany był przez młodych równie często jak radio, nie częściej jednak niż komputer. Nieco mniejsza grupa dzieci i młodzieży używająca komputera (17%) i Internetu (8%) czyni to w celu odreagowania zmęczenia, regeneracji sił zużytych podczas nauki lub pomocy rodzicom i dziadkom w gospodarstwie. Tylko pojedynczy rodzice traktują korzystanie z multimediów jako możliwość przeżywania pozytywnych, radosnych doświadczeń pozwalających im na ucieczkę od monotonii, od codziennych problemów i spraw lub jako możliwość odpoczynku.

Podkreślić należy, że w odniesieniu do multimediów wysoki jest procent młodych, którzy **nigdy nie korzystają wspólnie** z komputera (27%) lub Internetu (24%). Wskazuje to na indywidualny charakter odbioru przekazów multimedialnych. Czasami tylko badani (dzieci i młodzież 38%, rodzice 24,8% oraz jeden senior) razem używają komputera. Sytuację wspólnego korzystania z tego medium inicjują zazwyczaj młodzi, zachęcając rodziców do wspólnego korzystania z komputera w celu rozrywki lub wspólnej edukacji, co świadczy o kulturze prefiguratywnej w badanych rodzinach. Młodzi razem z dziadkami oglądają płyty CD dołączone do prasy religijnej, zdjęcia, filmy z uroczystości rodzinnych, zdjęcia z pielgrzymek. Pojedyncze natomiast osoby czasami wspólnie korzystają z Internetu (młodzi 15%, rodzice 9,9%, jeden senior). W inicjowaniu wspólnego korzystania z tego medium prym wiodą młodzi. Wspólnie korzystają wówczas z komunikatora internetowego *Gadu-Gadu* lub *Skype*, aby

komunikować się z członkami rodziny przebywającymi za granicą lub odwiedzają różne strony internetowe. Trudno jest zatem mówić o integrującej funkcji multimedów w badanych rodzinach wiejskich. Sporadyczne, wspólne korzystanie dotyczy tylko niektórych dzieci i młodzieży oraz ich rodziców.

Podobnie jak w przypadku telewizji, pokolenia dzieci i młodzieży oraz rodziców, korzystając z określonych przekazów multimedialnych, mają również szansę kompensacji braków kulturalnych, edukacyjnych środowiska lokalnego oraz środowiska rodzinnego w zakresie wielu potrzeb kulturalnych oraz organizacji form odpoczynku i rozrywki.

Multimedia dla bardzo małej liczby badanych z poszczególnych generacji stanowią źródło uzyskiwania informacji o wydarzeniach w Polsce, w Europie i na świecie. Dominującą rolę w tym zakresie pełni telewizja (jako uzupełnienie wiadomości telewizyjnych natomiast badani traktują przekazy radiowe). Tym niemniej jednak niektórzy badani z pokolenia młodego i średniego zaznaczają, że informacje uzyskiwane za pośrednictwem Internetu są tak samo wiarygodne, obiektywne i dla nich zrozumiałe, jak te uzyskiwane poprzez radio (w pokoleniu dzieci i młodzieży wskaźnik procentowy jest nawet nieco wyższy – radio 14%; Internet 19%). Młodym łatwiej jest również dokonać oceny, wyrazić swoją opinię na temat wydarzeń prezentowanych w Internecie, niż tych uzyskiwanych drogą radiową. Niewielki jest jednak udział komputera i Internetu w budowanym przez pokolenie dzieci i młodzieży obrazie Polski, Europy oraz świata. Znaczna większość spostrzeżeń, wyobrażeń i informacji, jakie badani uzyskują na ten temat, pochodzi z przekazów telewizyjnych.

## Charakter relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej

W badanych środowiskach rodzinnych występują cechy kultury prefiguratywnej. Pokolenie starsze i średnie, posiadając wzory pojmowania kultury i rozumowania rzeczywistości stworzone w oparciu o inne elementy niż pokolenie młodych żyją w czasach „dewaluacji starego świata” i „narodzin nowego”. Zauważyć również można, że w badanych rodzinach dochodzi do swoistej eksplozji indywidualizmu poszczególnych jej członków. Stanowi to charakterystyczną cechę rodziny w perspektywie ponowoczesności.

Zgodnie z założeniami teorii ekologii humanistycznej U. Bronfenbrennera (1976), środowisko traktuje się jako system, ogół warunków materialnych i niematerialnych, szereg wzajemnie powiązanych warstw, z których najbliższe wywierają na jednostkę bezpośredni wpływ, dalsze natomiast oddziałują pośrednio. Przypomnę tylko, że jest to koncepcja podmiotowa, całościowa, dynamiczna, ukazująca wzajemne powiązania między jednostką a poszczególnymi warstwami (mikrosystem, mezosystem, egzosystem, makrosystem) składającymi się na jej środowisko (Theiss 1995). Podkreślić należy, że obecnie to właśnie media w coraz większym stopniu warunkują i tworzą nowe środowisko wychowawcze człowieka – środowisko medialne. Na skutek nie-

powstrzymanej ekspansji mediów elektronicznych oraz multimediiów (w szczególności telewizji, komputera oraz Internetu), zmienia się, poszerza codzienna przestrzeń życia człowieka, obszar i rodzaj podejmowanych interakcji społecznych, niestety w znacznej mierze o charakterze pośrednim.

Parametry techniczne każdego z mediów, specyfika zastosowanej technologii umożliwiającej przesyłanie komunikatów, wymusza na trzech generacjach badanych rodzin podjęcie określonej aktywności związanej z ich odbiorem. Przeprowadzone analizy danych wskazują, że medium, które najczęściej (a w zasadzie jako jedyne) skupia przed ekranem odbiornika wszystkich domowników, jest telewizja. Telewizja jest to medium, które sprzyja wspólnemu odbieraniu emitowanych przez nią przekazów. W konsekwencji to medium w badanych rodzinach wielopokoleniowych wiejskich pełni najszerzy zakres funkcji: jest głównym źródłem uzyskiwania informacji o otaczającej rzeczywistości, umożliwia zaspokojenie potrzeby rozrywki, stanowi najczęściej wykorzystywane medium w celu odreagowania zmęczenia, regeneracji sił zużytych podczas nauki w szkole lub pracy w gospodarstwie rolnym, kompensuje wiele braków środowiska lokalnego i rodzinnego w zaspokojeniu różnorodnych potrzeb kulturalnych członków badanych rodzin, a przede wszystkim jako jedyne medium realizuje funkcję integrującą wszystkie generacje. Atrakcyjność przekazów telewizyjnych, ich szeroka oferta tematyczna powoduje, że badane pokolenia codziennie, systematycznie spotykają się na swoistej „celebracji audiowizualności”.

Odbiór programów **telewizyjnych** w znacznym stopniu angażuje uwagę użytkowników, zwłaszcza relacje sportowe, ulubione seriale, hity filmowe. Większość badanych (dzieci i młodzież – 79%, rodzice – 67,3%, dziadkowie – 79,5%) ogląda programy telewizyjne uważnie, w skupieniu. W trakcie przyswajania przekazów telewizyjnych często razem reagują śmiechem (czasami płaczem, wzruszeniem), wyjaśniają nawzajem niezrozumiałe dla siebie kwestie, wątki fabuły, dyskutują na temat prezentowanych zachowań, postaw. Reakcje te są wspólne dla wszystkich badanych generacji. Rozpatrywać je zatem należy w obustronnych relacjach: dzieci – dzieci (rodzeństwo), dzieci – rodzice, dzieci – dziadkowie, rodzice – dziadkowie. Interesujące jest również to, że treści odbierane za pośrednictwem telewizji stanowią także przyczynek do rozmów poza gronem rodziny, w grupie rówieśniczej, sąsiedzkiej, ponownego przeżywania prezentowanych na ekranie telewizora treści w relacjach bezpośrednich.

Odmienne charakter mają relacje podejmowane przez badanych w trakcie **odbioru audycji radiowych** (schemat 2). Podstawową różnicą jest to, że komunikaty nadawane przez radio są odbierane raczej indywidualnie. Przekazy audialne emitowane są w przestrzeń życiową badanych, natomiast każdy z domowników przypadkowo odbiera te treści, które w danym czasie do niego docierają. Najczęściej badani słuchają muzyki oraz serwisów informacyjnych (seniorzy również modlitw w Radiu Maryja), rzadko natomiast wysłuchują określonych audycji. W dodatku treść odbieranych komunikatów sporadycznie jest dyskutowana w gronie rodzinnym. Radio w badanych rodzinach stanowi „tło”, wypełniające codzienność dzieci i młodzieży, rodziców oraz dziadków. Medium to jest uruchamiane we wczesnych godzinach porannych, a wyłączane dopiero wieczorem (a czasami późno w nocy). Jak twierdzili niektórzy badani, „radio gra na okrągło, cały czas, słuchamy, co leci, co popadnie”. Wypowiedzi takie świadczą o tym, że „aktywność” radia jest związana z uprzy-

jemniami wykonywanych codziennie czynności. Medium to jest „towarzyszem” w prowadzeniu gospodarstwa domowego, w pracy w obejściu, w odrabianiu lekcji, przygotowywaniu i spożywaniu posiłków, rozmów z innymi domownikami, czytaniu prasy, książek, sprzątaniu (tab. 2).

**Tabela 2.** Wybrane czynności najczęściej wykonywane przez badanych w trakcie słuchania audycji radiowych (dane w %)

Pokolenie młode		Pokolenie średnie		Pokolenie starsze	
Sprzątam	36,0	Wykonuję prace domowe	50,5	Słucham uważnie	28,4
Odrabiam lekcje	27,0	Sprzątam	36,6	Wykonuję prace domowe	23,9
Przeglądam czasopisma	26,0	Przeglądam czasopisma	18,8	Sprzątam	17,0

Źródło: badania własne.

Badani traktują zatem odbiór audycji radiowych jako niewymagający zaangażowania większej uwagi. Sądzę, że główną tego przyczyną jest pozbawienie komunikatów radiowych elementu audiowizualnego, tj. obrazu.

Inny charakter przyjmują relacje zachodzące między poszczególnymi generacjami (młodą, średnią i starszą) w kontekście używania multimediów (komputera i Internetu). Pomimo tego, że podobnie jak telewizja media te posiadają walory audiowizualne, to jednak korzystanie z nich ma raczej charakter indywidualny. Wysoki jest procent młodych, którzy nigdy nie korzystają razem z komputera (27%) lub Internetu (24%). Rodzice i dziadkowie, ze względu na brak zainteresowań oraz umiejętności obsługi komputera i Internetu, są dla głównych użytkowników multimediów w badanych rodzinach (czyli pokolenia młodych) „nieatrakcyjnymi partnerami” w używaniu multimediów. Z tego też względu młodzi wolą korzystać z nich w samotności lub w towarzystwie rodzeństwa i rówieśników.

W świetle otrzymanych danych stwierdzić należy, że „pełny kontakt” z multimediami dotyczy tylko pokolenia młodych, ponieważ to oni najczęściej i w większości są osobami, które obsługują sprzęt komputerowy oraz nawigują poczynania innych domowników w sieci internetowej. Kontakt rodziców (trudno mówić o kontakcie dziadków, skoro o takim wspominał jeden senior) z komputerem i Internetem najczęściej odbywa się za pośrednictwem ich dzieci, ponieważ są to osoby, które biegle potrafią obsługiwać sprzęt multimedialny.

Stwierdzić również należy, że wspólne korzystanie z multimediów ma miejsce jedynie w odniesieniu do pokolenia młodych, którzy używają ich razem z rodzeństwem bądź z rówieśnikami, kierując się tymi samymi zainteresowaniami, potrzebami, motywami. Dorośli natomiast korzystają z multimediów niejako, „za pleców” dzieci/wnuków. Nie podejmują bezpośrednich działań zmierzających w kierunku odbierania i panowania nad przekazem multimedialnym, lecz stają się najczęściej obserwatorami lub osobami kontrolującymi tematykę odbieranych przez młodych treści. Z tego też względu trudno jest stwierdzić o wspólnym korzystaniu badanych generacji z multimediów – badani korzystają z nich raczej razem.

## Zakończenie

Media elektroniczne stanowią obecnie stały element życia rodzinnego poprzez sam fakt ich istnienia w rodzinie i permanentnego, niemalże codziennego korzystania z nich przez członków rodziny (Izdebska 1996). Media i multimedia ze względu na swoją atrakcyjną formę przekazu komunikacyjnego, tworzą konkurencyjne dla tradycyjnych, nowe środowisko edukacyjno-wychowawcze (Furmanek 2005: 18). Wspomniana nowa jakość układu edukacyjno-wychowawczego w rodzinie skutkuje również modyfikacją relacji wewnątrzrodzinnych. Powiązania zachodzące pomiędzy ludźmi mogą mieć charakter jednokierunkowy lub dwukierunkowy, przybierające postać interakcji, które są istotą życia społecznego, i „oznaczają proces, w którym zachodzi wzajemne oddziaływanie na siebie dwóch lub więcej osób za pośrednictwem zachowań będących zespołami bodźców dla pozostałych uczestników tego procesu” (Kawula 1999: 27). Jak uważa M. Tyszkowa (1991: 138) „taki rodzaj kontaktu dwu lub większej liczby osób, w jakim stanowią one dla siebie nawzajem (dzięki percepcji partnerów i ich wzajemnego zachowania się) bodźce wpływające na zmiany w zachowaniu”.

W obliczu procesów ponowoczesności, relatywizacji norm moralnych, ich ocen (Slany 2002; Urban 2005), ale również obecności mediów elektronicznych (telewizja, radio) i multimediów (komputer, Internet) w badanych rodzinach wielopokoleniowych wiejskich, ich specyfiki, codziennego, systematycznego korzystania, następuje osłabienie tradycyjnych (naturalnych) więzi rodzinnych (więzi naturalnych), co również ma wpływ na charakter relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami (młodą, średnią i starszą) w rodzinie wielopokoleniowej wiejskiej, w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej. Jak twierdzi M. Braun-Gałkowska (2007: 531) „niezależnie od oddziaływania odbieranych treści na poszczególne osoby, można [...] mówić o wpływie mediów na całą grupę rodzinną i zmianie cech charakteryzujących rodzinę jako całość”.

## Literatura

- Bronfenbrenner U. (1976), *Ekologishe Socialisationsforschung*, Klett, Stuttgart
- de Kerkhove D. (2001), *Powłoka kultury. Odkrywanie nowej elektronicznej rzeczywistości*, Mikom, Warszawa
- Furmanek M., (2005), *Media i multimedia jako środowisko edukacyjno-wychowawcze dziecka*, [w:] J. Izdebska, T. Sosnowski (red.), *Dziecko i media elektroniczne – nowy wymiar dzieciństwa*, t. 2, *Komputer i Internet w życiu dziecka i obraz jego dzieciństwa*, Trans Humana, Białystok
- Gajda J. (2005), *Media w edukacji*, Impuls, Kraków
- Izdebska J. (1996), *Rodzina, dziecko, telewizja. Szanse wychowawcze i zagrożenia telewizji*, Trans Humana, Białystok
- Izdebska J. (2006), *Dom rodzinny postrzegany przez dzieci: w kontekście społeczno-kulturowych różnicowań współczesnej rodziny*, Trans Humana, Białystok
- Izdebska J. (2004), *Przestrzeń temporalna i informacyjna – wyzwania edukacyjne*, [w:] E. Kryńska (red.), *Funkcja prywatnych szkół średnich w II Rzeczypospolitej*, Trans Humana, Białystok

- Izdebska J. (2000), *Rola mass mediów w kształtowaniu przez dziecko obrazu świata*, [w:] W. Strykowski (red.), *Media a edukacja*, Wyd. eMPI2, Poznań
- Izdebska J. (2000), *Wypoczynek współczesnej polskiej rodziny – istota, cechy charakterystyczne, próba typologii*, [w:] M. Wawrzak-Chodaczek, J. Kędzior (red.), *Czas wolny w różnych jego aspektach*, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław
- Jakubowski W. (2001), *Edukacja i kultura popularna*, Impuls, Kraków
- Kawula S. (1999), *Człowiek w relacjach socjopedagogicznych*, Akapit, Toruń
- Przeclawska A. (1998), *Przestrzeń życia człowieka, między perspektywą mikro a makro*, „Problemy Opiekuńczo-Wychowawcze”, nr 1, 4
- Slany K. (2002), *Alternatywne formy życia małżeńsko-rodzinnego w ponowoczesnym świecie*, Nomos, Kraków
- Tyszk A. (1971), *Uczestnictwo w kulturze. O różnorodności stylów życia*, PWN, Warszawa
- Tyszk Z. (1984), *Teoretyczno-metodologiczne podstawy badań funkcji rodziny współczesnej*, [w:] Z. Tyszk (red.), *Rodzina a struktura społeczna*, Pomorze, Bydgoszcz
- Tyszkowa M. (1991), *Jednostka a rodzina: interakcje, charakterystyka stosunków wzajemnych*, [w:] Z. Tyszk (red.), *Rodziny polskie u progu lat dziewięćdziesiątych*, MEN, Poznań

#### Streszczenie

Tekst porusza zagadnienia uczestnictwa trzech generacji rodzin wielopokoleniowych wiejskich (młodej, średniej i starszej) w kulturze audiowizualnej. Zasadniczym celem jest ukazanie tego, co łączy, oraz tego, co różni poszczególne generacje rodzin wiejskich wielopokoleniowych, jeżeli chodzi o ich uczestnictwo w kulturze audiowizualnej (związane z zakresem, częstotliwością, funkcjami jakie pełnią media elektroniczne i multimedia w ich życiu). Przedstawiony został również charakter relacji zachodzących między poszczególnymi generacjami w rodzinie wielopokoleniowej wiejskiej, w kontekście ich uczestnictwa w kulturze audiowizualnej.

Słowa kluczowe: kultura audiowizualna, uczestnictwo w kulturze audiowizualnej, wiejska rodzina wielopokoleniowa, media i multimedia

#### *Common features and differences in participation of multigenerational rural families in audio-visual culture*

#### Summary

Text raises an issue of participation of multigenerational rural families (generations young, average and older) in audio-visual culture. The principle aim it is exhibition of common contexts as well as some differences in their participation in audio-visual culture (connected with range, frequency, functions which electronic medias and multimedias fulfill in their life). Text also present the character of relation setting between individual generations in multigenerational rural families, in context of their participation in audio-visual culture.

Keywords: in audio-visual culture, participation in audio-visual culture, multigenerational rural families, electronic medias and multimedias